

Dependencia o Entidad: Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada, S.N.C.

Naturaleza Jurídica: Empresa

Cabeza de sector: Secretaría de Hacienda y Crédito Público

Fecha de elaboración: 06 de febrero de 2019

Misión:

Proporcionar el servicio de Banca y Crédito a un sector estratégico de la sociedad: los miembros del Ejército, Fuerza Aérea y Armada de México; así como al público en general.

Visión:

Ofrecer a los miembros de las Fuerzas Armadas una Institución sólida desde el punto de vista financiero y operativo, con compromiso y calidad en el servicio, cuyo quehacer logre incrementar su bienestar bajo estrictos criterios de rentabilidad acordes con su ubicación en el Sistema Financiero.

Objetivo Institucional:

Alcanzar el máximo de eficiencia en la prestación de nuestros servicios de Banca y Crédito, bajo condiciones de oportunidad, rentabilidad y excelencia en la atención de los clientes.

Objetivo de la estrategia de comunicación:

Posicionar a Banjercito como un respaldo financiero seguro, confiable y a la vanguardia, mediante promociones y ofertas de temporada, en productos bancarios enfocados a nuestra población objetivo: las Fuerzas Armadas, así como al público en general.

Entorno del mercado	Metas generales	Temas específicos de promoción y publicidad y/o ventajas competitivas
<p>1.- Banjercito ofrece productos financieros y crediticios a los integrantes de las Fuerzas Armadas acordes a sus percepciones financieras; es el único Banco de Desarrollo que compete directamente con la Banca Múltiple. Es así, que las campañas publicitarias se desarrollan para el posicionamiento de Banjercito dentro del ámbito del Sistema Financiero Mexicano, alienadas con los lineamientos de comunicación correspondientes y en apego a los perfiles sugeridos por Instituciones del ámbito financiero como la ABM y la CONDUSEF; buscando presentar a los productos y servicios de Banjercito, como la opción ideal para las Fuerzas Armadas y sus beneficiarios.</p>	<p>Contribuir a fortalecer y dar impulso a la Banca de Desarrollo mediante la difusión de productos y servicios de Banjercito, buscando impactar al personal de las Fuerzas Armadas.</p>	<p>Se reforzará el posicionamiento de marca, con mayor presencia en zonas estratégicas para el sector objetivo al interior del país, mediante campañas de temporada de relevancia y gran afluencia para las Fuerzas Armadas. Realizando esfuerzos de comunicación para impulsar productos de captación enfocados al público en general y productos de crédito para los integrantes de las fuerzas armadas.</p>

Carlos Cruz Arzate

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Jessica Sánchez Gómez

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

MEDIOS ELECTRÓNICOS	<u>13,340.00</u>
MEDIOS IMPRESOS	<u>4,118.00</u>
MEDIOS COMPLEMENTARIOS	<u>5,336.00</u>

ESTUDIOS	<u>406.00</u>
DISEÑO, PRODUCCIÓN, POST-PRODUCCIÓN	<u>0.00</u>
TOTAL	<u>23,200.00</u>

Carlos Cruz Arzate

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Lic. Jessica Sánchez Gómez

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad

PROGRAMA ANUAL DE PROMOCIÓN Y PUBLICIDAD PARA EL EJERCICIO FISCAL 2019

Dependencia o Entidad:

Banco Nacional del Ejército, Fuerza Aérea y Armada, S.N.C.

Fecha de elaboración:

06 de febrero de 2019

miles de pesos /
I.V.A. incluido

Presupuesto anual de la dependencia o entidad destinado a la partida 36201:	23,200.00
--	------------------

ACUMULADO EN CAMPAÑAS: 23,200.00

CAMPAÑA 1

Datos generales	Medios a utilizar		Recursos programados por tipo medio	
	Tiempos comerciales			
	TV	Radio		
Nombre de la campaña:	BANJERCITO, CRECIENDO CONTIGO		Televisoras	6,380.00
Versión(es):	ANIVERSARIO BANJERCITO, MESES BANJERCITO		Radiodifusoras	4,640.00
Tema específico y/o ventaja competitiva:	Se reforzará el posicionamiento de marca, con mayor presencia en zonas estratégicas para el sector objetivo al interior del país, mediante campañas de temporada de relevancia y gran afluencia para las Fuerzas Armadas. Realizando esfuerzos de comunicación para impulsar productos de captación enfocados al público en general y productos de crédito para los integrantes de las fuerzas armadas.		Cine	0.00
Meta a alcanzar:	40%		Diarios Editados en el D.F.	3,501.41
Objetivo de comunicación:	Posicionar los valores de Banjercito, a través de la imagen del Banco, para la colocación de productos de Crédito y Ahorro		Diarios Editados en los Estados	0.00
Coemisor:	HOMBRES Y MUJERES POBLACIÓN: URBANA Y RURAL		Diarios Editados en el Extranjero	0.00
	19 A 24, 25 A 34, 35 A 44, 45 A 64 AÑOS		Revistas	616.59
	NSE: C+, C, D+		Medios Complementarios	5,336.00
			Medios Digitales	2,320.00
			Pre-Estudios	0.00
			Post-Estudios	406.00
			Diseño	0.00
			Producción	0.00
			Preproducción	0.00
			Post-producción	0.00
			Copiado	0.00
			Presupuesto asignado a la campaña:	23,200.00
			Porcentaje que representa la campaña de la partida 36201:	100.00 %

Etapas	Fechas
1	15 de julio de 2019 al 30 de agosto de 2019
2	09 de septiembre de 2019 al 31 de octubre de 2019

Población objetivo:

Vigencia de la campaña:

Carlos Cruz Arzate

Lic. Jessica Sánchez Gómez

Nombre y firma del titular de comunicación social de la coordinadora sectorial

Nombre y firma del titular de mercadotecnia de la dependencia/entidad